

Visionary
People

池内計司

Ikeuchi Keiji



世の中、環境運動にかかわる社長は、数多いです。でも、それが免罪符になっては意味がない。自分の会社が環境に負荷を与えているという事実は消えないのだから。

【プロフィール】1949年、愛媛県今治生まれ。一橋大学商学部卒業。71年、松下電器(株)入社。83年、池内タオル(株)入社、代表取締役役に就任。2000年、四国タオル工業組合副理事長。自他ともに認めるオーディオ・マニア歴は40年を超えた！ビートルズ以降、プリティッシュ・ロックに没頭。オアシスのコンサートでは、いつも最年長のファン。加藤登紀子の追っかけも筋金入りで、35年間に50回以上コンサートに足を運んでいる。

戦国の昔に伊予水軍が活躍したことで知られ、「来島の瀬戸のうず潮とどろとどろたかなる聞けば雄心の沸く」と歌に詠まれた来島海峡。鳴門・関門とともに、日本三大急潮として並び称されている。狭く湾曲した水道を、日に四度方向を変えながら流れていく潮。太陽や月の運行に合わせ刻一刻と彩りを変えていく水面――。その姿をイメージしたタオルが、いまニューヨークでちよつとした話題をさらっている。

製造・販売しているのは、まさにその来島海峡に面し、タオル産地として名高い愛媛県は今治いまじにある社員数二十数名の中堅タオル会社。世の流れに先駆けて環境にこだわり、自社内の消費電力を一〇〇パーセント風力発電でまかない、販路を求めてアメリカへと躍進中の、池内タオルだ。

池内タオルだからこそ、今治だからこそつくれるものを

江戸時代から綿織物業が盛んだった今治に舶来のタオルが入ってきたのは、明治五年のこと。明治一九年に伊予綿ネルが開発されたのがきっかけとなってタオル工業が生まれ、戦後の経済成長とともに発展を続けてきた。今治産地の特徴は、一三〜一四ほどの工程に

分かれた分業体制にある。大ざっぱには原糸↓染色↓製織↓染色整理↓プリント↓刺繍↓仕上げ縫製↓検品↓出荷となり、池内タオルでは企画と製織と検品を担当し、それ以外は外注するといった仕組みだ。その今治がいま、セーフガード問題で揺れている。

池内計司さんの家では、祖父の代からタオル産業に携わってきた。一九五三年に父が独立して池内タオルを創業、池内さんは二代目に当たる。先代から会社を引き継いだのが二〇年前、タオル業界真っ盛りの頃のことだった。ところが九〇年代に入ったあたりから、今治のタオルのシェアは急激に落ち始める。中国やベトナムなどアジアの国々がタオル生産を始め、日本向けに廉価で輸出を始めたのだ。九九年には、ついに国内生産量と輸入量が逆転。現在、日本で売られているタオルのうち、じつに六五パーセントは輸入品だという。

そこで、タオル業界はセーフガード(緊急輸入制限措置)を発動してほしい、と国に申請しているのだ。かつては五〇〇社を数えた繊維業者も、いまでは半分以下の二〇〇社ほどに減ってしまった。

「今治という産地を守りたいですからね。アジアでつくるのと同じものをつくっていたって埒があかない。池内タオルだからこそ、今治だからこそつくれるものに的を絞ろうと考えたんですよ」と、池内さんは語る。

海外からの輸入タオルの多くは、かたくて肌触りがゴワゴワしている。ならば自分は、原材料の綿が本来もっているやわらかい風合いにこだわろう——。試行錯誤した結果、池内さんは糸を変えてみようと思い立った。通常タオルに使う太くてじょうぶな糸ではなく、ワイシャツ用の細くやわらかい糸を二本より合わせてみたのだ。ループと呼ばれる起毛部分も、従来の二倍の長さにしてみた。

そしてここで、さらなる工夫が必要となる。糸には製織の際切れないように糊づけがして

あつてそれを洗い落とすのだが、これが不十分なために本来のやわらかさが出ないという問題が起きたのだ。分業が確立している今治においては、この工程は糸加工業者の領分である。池内さんは、まずタオルのコンセプトから入り、糊をほぼ完全に洗い落としてほしいこと、天然のでんぷん糊を使ってほしいことを、熱を入れて説いた。そうしてついに、先方の心を動かしたのだ。

自らのもつ織りの技術のブラッシュアップに加え、互いの情報が行き来していなかった業界の風通しをよくし、情報を共有化して連携プレーを行う。こうした努力が実を結んで、極上のやわらかさを備えたタオル『ストレーツ・カラーソリッド』が産声を上げた。

池内タオル、ニューヨークで大健闘

この自信作のタオルを引っさげて、池内さんは二〇〇二年四月、全米最大規模の『ニューヨーク・ホームテキスタイル・ショー2002スプリング』に日本企業としてただ一社、伊予水軍よろしく斬り込んでいった。

その二年ほど前から西海岸ロサンゼルスのカリフォルニア・ギフトショーにも連続出展していたが、東海岸への挑戦は今回が初めて。そこでなんといきなり、『ストレーツ・カラーソリッド』シリーズが、ベスト・ニュープロダクト・アワード(最優秀賞)に選ばれた。出展した世界三二か国約一〇〇〇社のうち五社だけに与えられるという榮譽に浴したのだ。もちろん、日本製品としては初のグランプリ受賞である。

ストレーツとは海峡の意味。自然条件によって刻々と表情を変える来島海峡の波の姿を、異なる素材と異なる太さの糸で表現している。選定の理由は、「ミラクルソフトネス」と絶賛される極上のやわらかさ、斬新に見えながら繊細な感覚が息づく色づかい、そして決め手と

なったのは、池内タオルの環境に配慮した経営方針だ。

この受賞をきっかけに、世界的なファッションの中心地ニューヨーク・ソーホー地区ですでに五店との取引契約が結ばれ、三〇社から商談の申し込みが入った。いずれはヨーロッパにも販路を広げていけたら、と池内さんの夢は広がる。

「いいモノさえつくれば評価される、という考え方は甘い。私たちのように小さな企業がモノを売ろうとするとき、メーカーとしての生きざまが問われるんです。きっぱりとした方針を示せるか否かが、顧客の支持を得られるか否かの分かれ目になるでしょうね」

池内タオルの場合は、環境に対する負荷を極力減らすという方針を明確に打ち出すことで企業としても収益が上がり、顧客にとっても益をもたらし、結果として産地も守っていける。実際、池内さんの大健闘が足がかりとなって、『2002オータム』に四国タオル工業組合としても出展を果たした。

池内タオルの一大転機

綿、コットンというと、大方の人はなんとなく健康的なイメージが喚起されるのではないだろうか。が、じつはその生産工程にはすさまじい大地の農業汚染という影の部分がある。全世界の農業使用量のうち、七〇パーセントを綿がしめているともいわれるぐらいだ。そのうえ枯葉剤をまいて葉を枯らし収穫を早めているから、連作した綿畑では二度と作物が育たないぐらい、土地は荒れてしまうという。

その現実には、池内さんは長いこと心を痛めてきた。オーガニックは一九九〇年代になってから衆目を集めるようになったが、池内タオルでは八〇年代後半からエコマークを取得、オーガニックへの取り組みも始め、環境に配慮した商品展開を打ち出していた。タオルは、人

が生まれてからその生涯を閉じるまで、いつでも肌に密着しているもの。できる限り健康に配慮するのは当たり前、という思いがもともとあったからだ。「とはいえ、いま思うと当時の環境に対する私の知識ははなはだ浅くて、恥ずかしい限りですよ」と池内さんは苦笑する。

転機は、突然やってきた。九六年、デンマークの繊維会社ノボテックス社の社長が自社のオーガニックコットンブランド「グリーンコットン」の講演のため来日。これまた自社の排水処理技術が自慢の種で、日本の企業にその必要性を説いていた。その社長が人づてに、ノボテックス社よりもすぐれた排水設備をもつ企業が四国の今治にあると聞き、それを見ずして帰国はできない、ぜひとも工場を見せてほしい、と池内さんに申し込んできたのだ。

瀬戸内海の環境規制は世界一厳しく、池内タオルの属するグループでは、それに対応した排水処理設備を前年につくっていた。何しろ、排水される水のほうが海の色より透き通っている、というぐらいである。社長は設備の優秀さに驚くと同時に、こんな素晴らしいものをつくっていないがあなたは環境に対してあまりに無知ではないか、と厳しく指摘してきたという。

「それはもう、じゅんじゅん 諄諄と講義を受けましたよ。その深く広範にわたる内容を聞いていたく反省し、環境対策は生半可な気持ちではいけない、一からやり直して再出発しなければ、と痛感したんです。それに、科学的・客観的事実を淡々と積み上げて製品を冷静に自己評価し、さらなる向上を目指すというノボテックス社の合理的な思考法が、自分にも合っていると思つて」

一念発起した池内さんは、九九年にISO14001を取得。そしてこれが、池内タオルにとって大きなターニングポイントになったのだ。認証取得は愛媛県では二〇社目、タオル業界では初だった。

「県から依頼が来て、二〇社のなかで社長職は池内さんただ一人だから講演をしてほしいと。目の前の最前列には、愛媛の名だたる『環境おぼさん』たちがずらり勢揃いしてる。それからというもの、環境に関する会議への出席を求められることが増えて、根底から企業運営を変えざるをえなくなったわけです」

いまでも環境おぼさんグループとのつき合いは続いていて、会う度にインスピレーションをもらっている、と池内さんは顔をほころばせた。

嘘をついていないオーガニック

ISOの認証取得に池内さんの並々ならぬ意欲をくみとったノボテックス社の社長は「グリーンコットン」の技術を提供、池内タオルでは「オーガニック・カラーソリッド」のシリーズ名で製品化している。

原材料は、KRAV（スウェーデンの認証機関）の認定を受け、南米ペルーで栽培された枯葉剤を使用しない有機栽培綿。スイスの認定紡績工場で糸が紡がれ、染色工程においては塩素漂白のような環境負荷の高い化学薬品は避けている。重金属を含まない染料で染め上げた、仕上げは石鎚山系の地下水である。

さらにその安全性を確認するために、スイスの認証機関エコテックスで最終製品のテストを行う、というこだわりようだ。エコテックスは、ヨーロッパの繊維企業はほとんどこの認証を取得しているという、国際的にも権威ある機関。その評価は三段階に分かれていて、クラス3はカーテンのように部屋に置いてもだいじょうぶなもの。クラス2は肌に触れてもだいじょうぶなもの。そしてクラス1は、乳幼児が口に含んでもだいじょうぶなもの。池内タオルの製品は、クラス1のお墨つきを得ている。

ただし、化学薬品はいつさい使用せずという考え方には必ずしも与しない、と池内さんは言う。タオルは毎日使って洗い天日で干すものだから、品質の耐久性や堅牢性が要求される。製品の寿命を長く保てるほうが環境に与える負荷は少ないという考え方に立てば、科学的な判断により必要最小限の化学薬品を使う必要がある。あるいは、有機栽培の畑であっても、まれに土壤に染み込んでいた微量の農薬が検出される可能性もある。

「たいせつなのは、そういうときにけっして嘘をつかないこと。そして当然ながら、データを公表すべきでしょう。『嘘をつかないオーガニック』が、池内タオルの信条ですから」

池内タオルが使用する綿をすべてオーガニックに切り替えるには、まだ時間がかかる(二〇〇一年度の実績は一二パーセント。ちなみに世界市場でオーガニックコットンはわずか〇・一パーセントしか出回っていない)。けれども、池内タオルの企業活動自体が環境に負荷を与える以上、生産するタオルはできるだけ長期間にわたって製品の初期品質が持続できるようにしたい。安易に買い替えを促すような即物的なものづくりはしない。だれが見ても日本でナンバーワンの、環境タオル会社になろう！ 池内さんの果敢な挑戦は続く。

「がんばれ池内タオル！」

そうした池内さんの心意気は、いいタオルがほしいと願う顧客の心に確かに届いていた。

あるとき突然、インターネットでの注文が格段に増えた時期がある。うれしく思いながらもいったいなぜ？ といぶかっていた池内さんのもとに、あるサイトを見たという人からの問い合わせが入った。理由はこれだったのか、とさっそくアクセスしてみた池内さんの目にいきなり飛び込んできたのは、「がんばれ池内タオル！」の文字。なんと知らないうちに自社が一つのキーワードに掲げられていて、若者とおぼしき数人の書き込みが続いていたのだ。

「おお！ 雪印の対極にいる会社ですね。『ウソをついていないオーガニック』だそうで徹底してます」

「池内タオルのウェブページに行つて気づいたのですが、社長のメールアドレスが載ってる(笑)！ この距離感がよいつすー」

「とにかく、この会社のにじみ出る正直さがとても気に入りました」

「いろいろで疲れてたときに、このキーワードを発見。池内タオルのサイト見てるだけで癒されちゃったぜ」

さっそく池内さんも書き込む。

「弊社に興味をもつていただきありがとうございます。何なりと社長の私にご提案、お叱りお願いします」

すると、すかさずレスポンス。

「うわっ！ 社長自らご登場!? メーカーとユーザーがこんなに近いなんて、ステキです。わが家にやってきたタオルは、洗濯するたびにいい感じになってきてます」

データを公表し、嘘をつかない。できること、できないことをはっきりさせる。自分の貫いてきた姿勢が、一面識もない若者たちの心に響き、応援の対象になっていた。こんなうれしいことはない、と池内さんは思わず相好をくずす。

最近では、関連企業とタイアップするケースも増えてきた。環境や社会貢献への徹底した

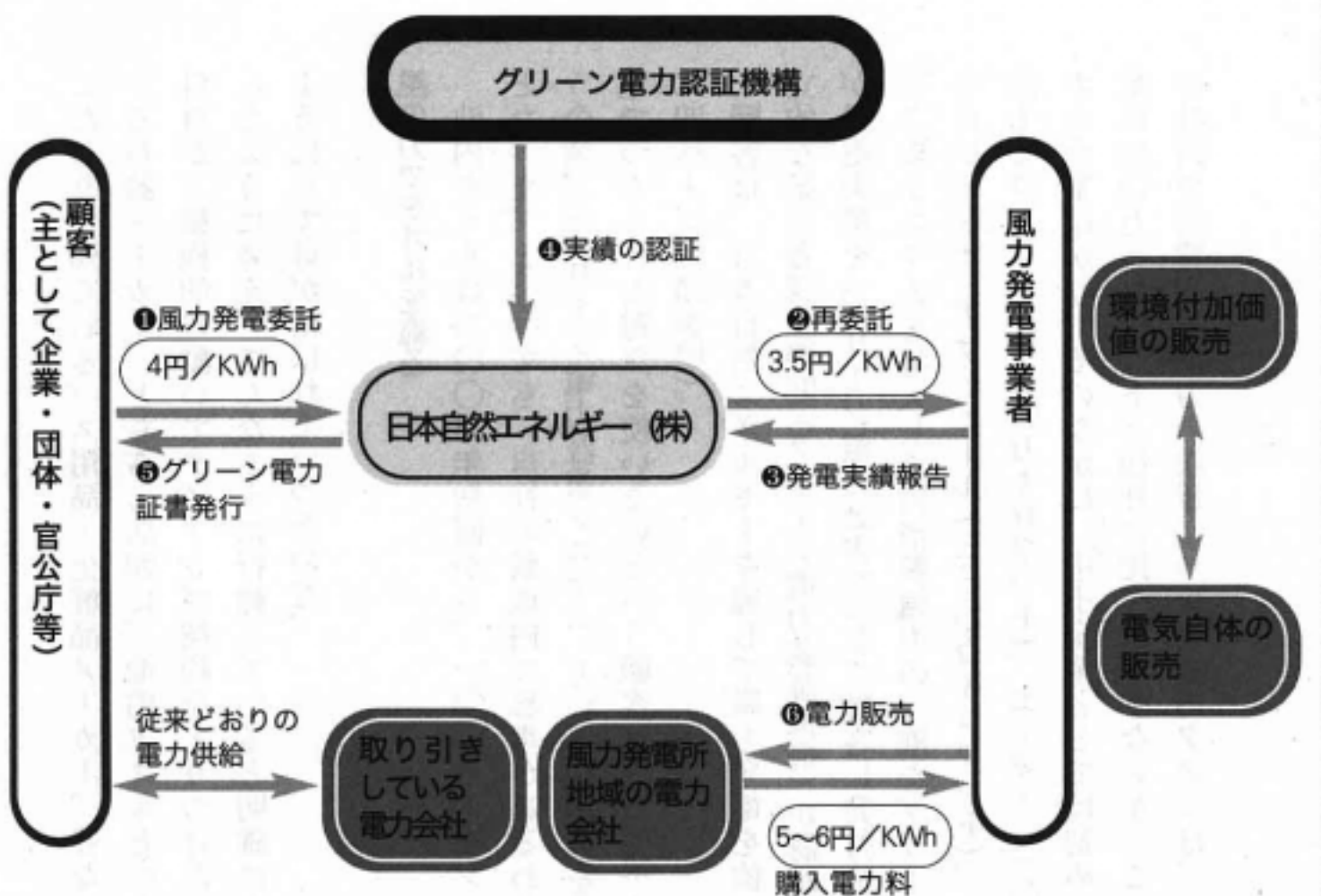
こだわりで知られるバス用品・化粧品メーカー、昔ながらの製法をかたくななまでに守り続ける石鹸メーカー。どちらも店頭に、池内タオルとの共同企画製品が並んでいる。池内さん自身が、積極的に動いてタイアップ契約をとりつけたわけではない。自分は環境に対してこんなふうを考え、こんなふうに行動していると明確に発信し続けた結果、自然な流れに乗るようになつて縁が結ばれていったのだ。

風力でタオルを織る

池内タオルは二〇〇二年初頭から、一〇〇パーセント風力発電で稼動する日本唯一の企業となつた。といつても、自社の敷地内に風車があるわけではない。日本自然エネルギーという企業が「グリーン電力証書システム」という仕組みを立ち上げ、全国の風力発電所と風力発電でつくられた電気を使いたいという顧客(主に企業・団体など)を結びつけているのだ(六四ページの図参照)。

顧客は、日本自然エネルギーを通して風力発電を依頼し、発電された実績が報告され、中立的な第三者認証機関(グリーン電力認証機構)が認証する。そのうえで日本自然エネルギーが発電実績を「グリーン電力証書」として顧客に発行する、というもの。

このシステムを導入し社内消費電力の一部をグリーン化したのは、ソニー(年間四五〇万キロワット)、アサヒビール(三三〇万キロワット)、トヨタ自動車(二〇〇万キロワット)、富士ゼロックス(一七〇万キロワット)、エーザイ(二〇〇万キロワット)などなど、日本屈指の大企業ばかり。そのなかに、中小企業としては初めて池内タオルが名を連ねた。契約発電量は四〇万キロワットと他社に比べれば少ないが、これはちやうど年間を通じて池内タオルが社内で消費する電力の総量。つまり池内タオルは、自社の使用電力を一〇〇パーセント



グリーン電力証書の仕組み (価格は例示)

風力発電でまかなう日本初の企業”になったわけだ。

風の中で織っていることを前面に出したタオル「風の天使」も完成させた。いま、池内さんが長年の憧れだったという伊勢丹百貨店の棚に並んでいる。タグには、「地球は風に守られてる」というキャッチコピーが踊る。

「会社の方針を商品で訴えることはもちろんたいせつなんです。説教くさいとか宗教がかかっているとかいう声も耳に入ってくる。これからは極力、妙な押しつけがましさを排していきたいですね。素敵！ と思って手にとってみたら、じつはオーガニックだった、グリーン電力商品だった、ぐらいのさりげなさが理

想かな」

環境対策を免罪符にすることなかれ

ニューヨーク進出、業界内での情報共有化、業界初の認証取得、グリーン電力への切り替え……。その目を見張る行動力の源はいったいどこにある？

「新しもん好きなんですよ、私は。そうそう、『プリウス』を契約したのも愛媛県初だったし。今度はぜひトヨタさんにも、一〇〇パーセント風力で作ったプリウスを出してほしいですね……。四国は日本のなかでも原発依存率六〇パーセントと、極めて高いんですよ。理屈抜きで原発にはNO！ を突きつけたいですね」

冗談めかした口調のなかにも、ときおりエコロジストの素顔が見え隠れする。十数年前、野田知佑さんの文章に触発され、カメラでの川下りにハマったことがあった。日本最後の清流として知られる四万十川の中流域、西土佐村のあたりは岸边に民家の姿は見当たらず自然のままの眺め。のんびりゆったり流れていって下流域のトンポ公園を訪ね、締めは海原へ出てホエールウォッチングを楽しんだ。

「人呼んでエコ三昧ツアー。カメラを経験すると、確実にゴルフ嫌いになります」

母なる自然に抱かれて、体と心を解き放つ。その心地よさを十分に味わっているからこそ、池内さんの環境対策はお座なりにはなりえないのかもしれない。

企業活動のほかにも、NPO『フューチャー500四国』の世話人を務める。企業色はいっさい排し、一人でも多くの人の心に届いてほしい、と一般市民向けに環境に関する講演会を企画する。自らは表に立たず、女性をリーダーに立てて。男性よりも女性のほうが環境問題に敏感であることは、経験のなかで感じていたからだ。

「この間もレイチェル・カーソンの著作は素晴らしいね、と妻に言ったらすかさず逆襲されましたよ。『あなた何言ってるの、今頃。結婚したときに私がこの本とてもいいわよってすめたら鼻で笑ってたくせに』ってね。企業の男たちが謙虚になって家庭の主婦たちを見習ったら、地球はもつときれいになっていくでしょうね」

世に、環境運動に携わる社長は数多い。しかし、それが免罪符になってしまつては意味がない。個人としていくら熱心に環境運動に参加していようと、自分の経営する会社が環境に負荷を与えている、という厳然たる事実が消えないのだから――。池内さんは、己にも他者にもつねに厳しい視線を向け続ける。

振り返れば、環境に真剣に取り組み始めてから、池内タオルには新しい出会いが生まれ、その都度新しい道が開けてきた。

「いま、いろんなところで池内タオルの新芽が顔をのぞかせている。これからもその芽を、たいせつに育てていきたいですね」

それが、タオル産地今治を守りながら四国の自然をよくし、やがては日本を、世界を、地球をよりよくしていくことにつながればいい。今治にじっくり腰を据えながら、池内さんの瞳には世界が映っている。

*池内タオルの環境対策に多大な影響を与えたノボテックス社のノルガード社長が、この本の制作中二〇〇二年八月二五日に急逝されました。彼の遺志は日本でしっかり受け継いでいく、と池内さんは決意を新たにしています。